

PENGARUH RELIABILITY LAYANAN DALAM PENJAMINAN KETEPATAN WAKTU FASTER BETTER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. ENVILAB INDONESIA

INFLUENCE OF SERVICE RELIABILITY IN GUARANTEE OF FASTER BETTER TIME GUARANTEE ON CONSUMER SATISFACTION IN PT. ENVILAB INDONESIA

M.Kharis Junaidi, Evi Yulia, Titin

¹Program Studi Manajemen, Universitas Islam Lamongan

Email: mkharisjunaidi@gmail.com¹

Website:

<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma>

Abstrak

Persaingan bisnis akan selamanya berlangsung, termasuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa PT.Envilab Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas tersebut mempengaruhi secara parsial maupun simultan terhadap variabel terikat dan untuk yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu berdasarkan teknik sampling jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Setelah itu dilakukan analisis data kuantitatif uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik regresi linier berganda, korelasi berganda, uji t, dan uji F dengan hasil tiap variabel dinyatakan valid dan reliable. Dari hasil uji t diperoleh t hitung variabel Ketepatan waktu X_1 $(3,579) \geq t$ tabel $(1,984)$ Sehingga dapat ditarik variabel Ketepatan waktu X_1 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen PT.Envilab Indonesia serta diperoleh t hitung variabel Keahlian X_2 $(2,269) < t$ tabel $(1,984)$, t hitung Variabel *Performance* $(3,860) < t$ tabel $(1,984)$ sehingga dapat ditarik kesimpulan ada pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Y pada PT. Envilab Indonesia. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi peningkatan kepuasan konsumen pada PT. Envilab Indonesia adalah *Performance*

Kata Kunci:

ketepatan waktu, keahlian, *performance* dan peningkatan kepuasan konsumen

Keywords :

timeliness, expertise, *performance* and customer satisfaction improvement

Abstract

Business competition will last forever, including companies engaged in the services of PT. Envilab Indonesia. The purpose of this study is to determine whether the independent variable partially or simultaneously affects the dependent variable and for those used in sampling that is based on sampling technique the number of

Alamat Kantor:

Manyar Mas Karimun
Industrial Business
Park No B-35, Jalan
Tuban-Gresik
Manyarejo, Kabupaten
Gresik, Jawa Timur.

samples in this study were 100 respondents. After that, the quantitative data analysis of the validity test, reliability test, classic assumption test of multiple linear regression, multiple correlation, t test, and F test with the results of each variable declared valid and reliable. $t \geq t_{table}$ (1.984) So that variables can be drawn Timeliness X1 has a significant effect on consumer satisfaction PT.Evilab Indonesia and obtained t count Expertise variable X2 (2,269) $< t_{table}$ (1,984), t count Performance Variable (3,860) $< t_{table}$ (1.984) so that it can be concluded that there is a significant influence on customer satisfaction Y at PT. Envilab Indonesia. Thus it can be concluded that the most dominant variable influences the increase in consumer satisfaction at PT. Envilab Indonesia is Performance.

DAFTAR PUSTAKA

- Philip Kotler, Kelvin Keller*, 2016. **Manajemen Pemasaran** : Jakarta Erlangga.
- Tjiptono*, 2016. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan** : Surabaya Salemba.
- Setiawan F.D.* 2018. **Manajemen Pemeliharaan Mesin** : Yogyakarta Media Pressindo.
- Daryus A.* 2013. **Maintenance dan Pheriperall Mesin** : Jakarta Grasindo
- Joko Susetyo.* 2012. **Teknik Penjadwalan Produksi** : Yogyakarta Gajah Mada University press.
- Prof. DR. Sugiyono*, 2014. **Metode Penelitian Bisnis** : Bandung Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto*, 2014. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan** : Jakarta PT. Rineka Cipta
- Agus Ahyari*, 2010. **Management Produksi** : Yogyakarta BPFE Universitas Gajah Mada.
- Prof. Dr. Imam Ghozali, M.Com, Akt*, 2013. **Desain Penelitian Eksperimental Teori Konsep dan Analisis Data** : Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Dimitriadis, Sergios.* 2016. **Testing Perceived Relational Benefits As**

Satisfaction And Behavioral Outcomes Drivers. **International**

Journal of Bank Marketing, Vol. 28, No. 4, pp. 297-313.

Djunaidi. 2016. *Statistik Inferensial*. Program Pascasarjana

Universitas Negeri Semarang Cetakan Pertama. Semarang

Su L., Hsu M.K., Swanson S. (2017), *The effect of tourist relationship*

perception on destination loyalty at a world heritage site in China:

The mediating role of overall destination satisfaction and trust,

“Journal of Hospitality & Tourism Research”, No. 41(2).

Sugiyono. 2017. **Metode Peneitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.**

Cetakan Kedua puluh. Bandung: CV. Alfabeta.

Zheithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, and Dwyne D. Gremler. 2016.

Service Marketing-Integrating Customer Focus Across The

Firm. 4th Edition. New York: McGraw Hill.

Wismantoro, Yohan.2016. *Pengaruh self service technology (isst)*

terhadap kepuasan dan loyalitas : dengan mediasi Relational

benefits. International Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis

(JPEB), Vol. 60 – 69.

Ghozali. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*

SPSS. Cetakan Kedua. Penerbit Alfabeta Bandung .